

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI
HOTEL *BUDGET* BANDUNG
(Survei Pada Tamu Hotel Budget Di Sekitar Jalan Setiabudi Bandung)**

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort & Leisure*



**Oleh:
Fajar Dwi Agustian
NIM: 1600548**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE FAKULTAS
PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI
HOTEL *BUDGET* BANDUNG**
(SURVEY PADA TAMU HOTEL BUDGET DI SEKITAR JALAN SETIABUDI
BANDUNG)

Oleh
Fajar Dwi Agustian

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Fajar Dwi Agustian 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Fajar Dwi Agustian

1600548

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL *BUDGET* BANDUNG

(Survey Pada Tamu Hotel Budget di Sekitar Jalan Setiabudi Bandung)

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., MM.

NIP. 19811014 200601 2 001

Pembimbing II



Lisnawati, S.Pd., MM

NIP. 198501122010122005

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.

NIP. 19810522 201012 1 006

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI
HOTEL *BUDGET* BANDUNG
(SURVEI PADA TAMU HOTEL *BUDGET* DI SEKITAR JALAN.
SETIABUDI BANDUNG)**

ABSTRAK

Fajar Dwi Agustian

1600548

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan tamu di hotel *budget* Bandung. Data dikumpulkan dari penyebaran kuesioner dengan teknik *purposive sampling* kepada 408 tamu yang pernah menginap di Hotel *Budget* Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan tamu mengenai citra merek di hotel *budget* Bandung berada dalam kategori sangat baik. Sedangkan, tanggapan tamu mengenai kepuasan tamu berada dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian citra merek hotel *budget* Bandung memiliki pengaruh positif terhadap keputusan kepuasan tamu. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penilaian citra merek di hotel *budget* Bandung, maka akan semakin tinggi pula kepuasan tamu di hotel *budget* Bandung. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek di hotel *budget* Bandung secara signifikan memberikan pengaruh sebesar 66,1% terhadap kepuasan tamu dan sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini berkontribusi dalam membantu perusahaan hotel *budget* dalam memahami citra merek dan kepuasan tamu agar bisa bersaing dengan hotel lainnya di masa yang akan datang.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Tamu, Hotel *Budget*

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGES ON GUEST SATISFACTION IN BUDGET HOTEL BANDUNG

**(SURVEY OF GUEST OF BUDGET HOTELS AROUND SETIABUDI
STREET BANDUNG)**

ABSTRACT

Fajar Dwi Agustian

1600548

The purpose of this study was to analyze the effect of brand image on guest satisfaction at Bandung budget hotels. Data were collected from distributing questionnaires with purposive sampling technique to 408 guests who had stayed at the Bandung Budget Hotel. The results showed that the guest responses regarding the brand image in the Bandung budget hotel were in the very good category. Meanwhile, guest responses regarding guest satisfaction are in the very good category. Based on the research results, the brand image of the Bandung budget hotel has a positive influence on guest satisfaction decisions. These findings indicate that the higher the brand image rating of a Bandung budget hotel, the higher the guest satisfaction at a Bandung budget hotel. The findings in this study indicate that the brand image in the Bandung budget hotel has a significant effect of 66.1% on guest satisfaction and the remaining 33.9% is influenced by other variables not examined in this study. This research contributes to helping budget hotel companies understand their brand image and guest satisfaction in order to compete with other hotels in the future.

Keywords: Brand Image, Guest Satisfaction, Budget Hotels

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Citra Merek.....	11
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.1.2 Dimensi Citra Merek	15
2.2 Kepuasan Tamu.....	16
2.2.1 Pengertian Kepuasan Tamu	16
2.2.2 Dimensi Kepuasan Tamu	21
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.4 Perumusan Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Lokasi Penelitian	25
3.2. Desain Penelitian	25
3.3. Variabel Penelitian	25
3.4. Populasi dan Sampel	28
3.5. Teknik Sampling	29

3.6. Jenis dan Sumber Data	30
3.7. Teknik Pengumpulan Data	31
3.8. Instrumen Penelitian	31
3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.10. Teknik Analisis Data	38
3.10.1. Analisis Deskriptif	38
3.10.2. Method of Success Interval (MSI)	38
3.10.3. Garis Kontinum	38
3.10.4. Uji Asumsi Klasik	39
3.10.5. Analisis Regresi Linier Sederhana	40
3.10.6. Uji Hipotesis	41
3.10.7. Uji Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	43
4.2 Profil Responden	47
4.2.1 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Usia	48
4.2.3 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Asal Daerah	49
4.2.4 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.2.5 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Penghasilan	51
4.2.6 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Hotel <i>Budget</i> yang Dipilih ...	52
4.2.7 Karakteristik Tamu Hotel Berdasarkan Tujuan Menginap	53
4.2.8 Karakteristik Tamu Berdasarkan Sumber Informasi	54
4.3 Citra Merek Pada Hotel Budget Bandung	55
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Citra Holistik di Hotel <i>Budget</i> Bandung	55
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Citra Atribut Di Hotel <i>Budget</i> Bandung	57
4.3.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X)	59
4.4 Kepuasan Tamu Pada Hotel Budget Budget Bandung	61
4.4.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Front Office Service</i> di Hotel <i>Budget</i> Bandung	61

4.4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Food and Beverage Service</i> di Hotel <i>Budget</i> Bandung	63
4.4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Housekeeping Service</i> di Hotel <i>Budget</i> Bandung	66
4.4.4 Tanggapan Responden Mengenai Harga di Hotel <i>Budget</i> Bandung	68
4.4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Tamu	70
4.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Tamu.....	71
4.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	71
4.5.2. Analisis Regresi Linier Sederhana	74
4.5.3. Uji Hipotesis	75
4.5.4. Uji Koefisien Determinasi	76
4.6 Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Hotel Budget Di TripAdvisor.....	6
Tabel 1.2 Ulasan Hotel <i>Upscale</i> di Bandung	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Tolak Ukur	32
Tabel 3.3 Uji Validitas	33
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	37
Tabel 3.5 Koefisien Determinasi	42
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Citra Holistik	56
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Citra Atribut.....	58
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	59
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Front Office Service</i>	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Food And Beverage Service</i>	64
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Housekeeping Service</i>	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Harga	68
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Tamu	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Liner Sederhana	74
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 3.1 Peta Kota Bandung	25
Gambar 3.2 Garis Kontinum	39
Gambar 4.1 Peta Kota Bandung	43
Gambar 4.2 The Salis Hotel	44
Gambar 4.3 Kytos Hotel	45
Gambar 4.4 Amaris Hotel	45
Gambar 4.5 Karakteristik Tamu Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.6 Karakteristik Tamu Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.7 Karakteristik Tamu Berdasarkan Asal Daerah	50
Gambar 4.8 Karakteristik Tamu Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Gambar 4.9 Karakteristik Tamu Berdasarkan Penghasilan	52
Gambar 4.10 Karakteristik Tamu Berdasarkan Hotel <i>Budget</i> yang Dipilih	53
Gambar 4.10 Karakteristik Tamu Berdasarkan Tujuan Menginap	54
Gambar 4.11 Karakteristik Tamu Berdasarkan Sumber Informasi	55
Gambar 4.12 Garis Kontinum Citra Holistik	57
Gambar 4.13 Garis Kontinum Citra Atribut	59
Gambar 4.14 Garis Kontinum Citra Merek	61
Gambar 4.15 Garis Kontinum <i>Front Office Service</i>	63
Gambar 4.16 Garis Kontinum <i>Food And Beverage Service</i>	65
Gambar 4.17 Garis Kontinum Housekeeping Service	67
Gambar 4.18 Garis Kontinum Harga	69
Gambar 4.19 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Tamu	71
Gambar 4.20 Uji Normalitas	73
Gambar 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	85
Lampiran 2 Tabulasi Data	88
Lampiran 3 Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	104
Lampiran 4 Buku Bimbingan	105
Lampiran 5 Riwayat Hidup Penulis.....	108

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Alma, B. (2012). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Msallam, S. (2015). *Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Hotel Industry*.
- B., A. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman*. Skripsi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin*.
- Badan Pusat Statistika. (n.d.). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia Tahun 2016*.
- Badan Pusat Statistika. (n.d.). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Tahun 2017*.
- Bagus, I. G., & Eka, N. M. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang.
- Harun, A. R. (1994). *Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Hasan, M. I. (2001). *Pokok-pokok Materi Statistik I*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Jay Kandampully, D. S. (2000). *Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image*.

Fajar Dwi Agustian, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL BUDGET BANDUNG (SURVEI PADA TAMU HOTEL BUDGET DI SEKITAR JALAN SETIABUDI BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Johanudin Lahap, N. S. (2016). A Study of Brand Image towards Customer's Satisfaction in the Malaysian Hotel Industry .
- Kandampully, Juwaheer, & Hu. (2011). The Influence of a Hotel Firm's Quality of Service and Image and its Effect on Tourism Customer Loyalty. *International Journal of Hospitality & Tourism*.
- Katerina Berezina, A. B. (2015). Understanding Satisfied and Dissatisfied Hotel Customers: Text Mining of Online Hotel Reviews .
- Keller. (1993). *How to manage brand equity*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Kotler, P. d. (2007). Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1. PT.Indeks.
- Kozak, R. R. (2016). Metin Kozak Impact of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction: The Case of a Budget Hotel Chain.
- Maps, G. (2020). *Peta Kota Bandung*. Retrieved from <https://www.google.com/maps/place/Bandung,+Bandung+City,+West+Java/@-6.903429,107.5030708,11z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x2e68e6398252477f:0x146a1f93d3e815b2!8m2!3d-6.9174639!4d107.6191228>.
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective .
- Pegipegi. (2020). *Amaris Hotel*. Retrieved from https://www.pegipegi.com/hotel/bandung/amaris_hotel_setiabudhi_bandung.
- pegipegi. (2020). *Kytos Hotel*. Retrieved from https://www.pegipegi.com/hotel/bandung/kytos_hotel_979571/.
- Pegipegi. (2020). *The Salis Hotel*. Retrieved from https://www.pegipegi.com/hotel/bandung/salis_hotel__Dr.Setiabudhi_998980/.

Fajar Dwi Agustian, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL BUDGET BANDUNG (SURVEI PADA TAMU HOTEL BUDGET DI SEKITAR JALAN SETIABUDI BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Samtosa, B. P., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso. (2014). *Statistik Parametris Edisi Revisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, J. K. (2003). The Role of Customer Satisfaction and Image in Gaining Customer Loyalty In The Hotel Industry. *Journal Of Hospitality And Leisure Marketing*.
- The relationship between customer loyalty and customer satisfaction (2001) John T. Bowen, S.-L. C. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction .
- TripAdvisor. (2020). *Ulasan Amaris Hotel Dr. Setiabudhi*. Retrieved from https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g297704-d9974414-r481274140-Amaris_Hotel_Setiabudhi_Bandung-Bandung_West_Java_Java.html.
- TripAdvisor. (2020). *Ulasan Kytos Hotel Dr. Setiabudhi*. Retrieved from https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g297704-d12043882-r475818687-Kytos_Hotel-Bandung_West_Java_Java.html.
- TripAdvisor. (2020). *Ulasan The Salis Hotel Dr. Setiabudhi*. Retrieved from https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g297704-d6765818-Reviews-The_Salis_Hotel_Dr._Setiabudhi-Bandung_West_Java_Java.html.